

智能手机陷入红利真空期

苹果 iPhone X 成最大输家

iPhone X 并没有给苹果的十周年画上一个完美的句号。相反,自去年底供应链传出产能调整的消息后,又一分析机构给 iPhone X 开出了一份悲观的报告单。

近日,市场咨询公司 BlueFin-ResearchPartners 的分析师在报告中指出,苹果再次将 iPhone X 产量下调,2018 年上半年,iPhone X 的产量将减少 600 万部。

Canalys 研究分析师贾沫对第一财经记者表示,苹果的 iPhone X 手机在经过去年第四季度的热销后,因为其高昂的定价,很难持续强劲的势头。比如在购买能力更强的欧洲市场,很多渠道商反馈 iPhone7 甚至在一些时间是更为热销的苹果产品。

iPhone X 再次减产

苹果 iPhone 出货量陷入多年停滞,即便是十周年的“杰作”也无法挽回全球智能手机回落的趋势。

市场咨询公司 BlueFin 在一份报告中表示:“我们在最近的核查中发现,近期苹果再次将生产目标下调,而且下调主要来自 iPhone X。苹果 iPhone X 的生产目标下调 600 万部,曾经苹果为这款 OLED 设备制定了宏大的生产目标,到目前为止却已经下调 7500 多万部。”

不久前,摩根大通分析师 NarciChang 也对苹果 iPhone X 今年上半年的产量预估进行了下调。根据该分析师的报告,今年 1 月到 3 月,苹果 iPhone X 十周年纪念版进行的产量已经被下调到 1500 万,比他之前的产能目标预估少了 500 万部。二季度,他更是将 iPhone X 产量目标下调了 44%,二季度苹果应该只会生产 1000 万部左右的新



机。之前他的苹果二季度 iPhone X 产能目标预估为 1800 万部。

迄今为止,苹果一直没有公布 iPhone X 的销量情况,但从市场反应来看,该款手机也许是近几年苹果手机中卖得最差的一代。目前,美国电信运营商 Sprint 已经将 iPhone X 租赁月费下调一半,对于基本款 iPhone X 的 18 个月租赁合同,Sprint 提出的最新每月报价是 20 美元,而此前租金则为 41.67 美元。

有消息称,预计苹果将在下一季度开始第二代 iPhone X、iPhone X Plus 和 iPhone X SE 的试生产,这比往年都要更早。Canalys 研究分析师贾沫对第一财经记者表示,对于产业链的影响,类似于已经给三星 display 带来的挑战:供应商需要重新调整生产计划,并且寻求新的买家以填补产能。

贾沫认为,国内厂商如华为、OPPO、vivo 和小米在 2018 年第一季度末也开始追加新的订单,在很大

程度上可以缓解供应商的压力。

全面屏渐成国产标配

除了外部环境以及自身创新乏力等问题,iPhone X 在市场上难以再获消费者青睐的另一原因在于“辨识度”没那么强了。越来越多的国产全面屏手机上市正在侵蚀苹果的市场。

据 BoyGeniusReport 网站统计,目前除了 iPhone X 之外,已经有超过 20 家手机厂商将会采用“刘

海屏”的设计,其中不乏我们所熟知的国内外大品牌。

对于是否构成专利侵权的风险时,有专家认为更多是“一种借鉴”。第一手机界研究院院长孙燕飏表示,在苹果没出“刘海屏”手机前,国内手机厂商确实不知道怎么做在全屏屏中集成听筒、摄像头、天线等元器件,只有等到“解剖”了苹果之后才知道怎么做了。但相似并不意味着就是抄袭,因为内部摆放的结构方式并不同。

事实上,在创新技术的研发上,国产手机厂商也在加大投入,比如人工智能以及屏下指纹等领域。

手机供应链厂商汇顶科技董事长张帆此前在 MWC 对记者表示,预计屏下指纹技术将会在国产手机中得到量产。他表示,通过五年的努力,目前汇顶的屏下光学指纹方案通过优化光路结构设计,有效消除显示单元显影和强光干扰,从而使得用户在户外阳光下可以快速解锁。

目前,对于苹果来说,如何继续保持创新领先是当下需要考虑的重要问题。特别是在智能手机陷入“真空红利”阶段,如何保住华尔街所关心的利润问题。

不过,也有分析师认为苹果未来的盈利将会由另一块业务支撑。摩根士丹利分析师凯蒂·休伯特说,在未来的 5 年里,苹果 50% 以上的营收增长将来自于其服务业务。苹果可能不会再依赖 iPhone 的季节性销售来实现收入的稳定增长。

苹果首席执行官蒂姆·库克曾在 2016 年表示,他预计在 2017 年底之前,仅苹果服务业务的收入规模就能达到与财富 100 强公司相当的水平。(李娜)

5G 预计 2019 年商用

虽然 5G 将改变社会已成为行业共识,但在探索具体应用和商业模式时仍有诸多困难。

中国 IMT-2020(5G)推进组组长、中国信息通信研究院副院长王志勤在接受第一财经等记者专访时介绍了 5G 的最新进展,并希望使社会各界能够高度关注 5G 发展,并认识到其发展困难。

从 5G 标准看,5G 独立组网标准将在今年 6 月正式出炉。产业链方面,王志勤表示,系统设备将在 2018 年年底预商用,2019 年上半年商用;2019 年上半年可能会出现 5G 手机芯片,到 2019 年下半年将出现 5G 手机,2020 年上半年终端产品将会大规模市场化。王志勤称,根据工信部安排,今年的任务主要是完成第三阶段试验,预计 2018 年上半年会完成室内测试,2018 年下半年完成核心网测试。

从移动互联网扩展到物联网

5G 的发展实现了从移动互联网扩展到物联网的阶段。3GPP 对 5G 三大应用场景的定义为 eMBB、mMTC 和 URLLC。其中,eMBB 对应的是 3D/超高清视频等增强型移动宽带,也是大家所熟悉的移动物联网场景;mMTC 和 URLLC 都属于移动互联网场景,其中 mMTC 对应的是大规模机器类通信,而 URLLC 对应的是如无人驾驶、工业自动化等需要低延时高

可靠连接的业务。

王志勤表示,今年 6 月即将发布的 5G 独立组网标准能够比较完善地定义 eMBB 场景,而低时延高可靠的 URLLC 则只会发布基本版本,之后会根据车联网等应用,对工厂的不同场景和参数再进行优化。至于 mMTC 大连接场景,她预计真正开始标准化到等到今年年底。这主要考虑到 4G 技术能一定程度上满足大连接的市场需求。

增强型移动宽带被认为是早期 5G 网络面向个人消费市场的核心应用场景,将主要用于两个关键领域:视频和 AR/VR 应用。根据中国信息通信研究院等机构的数据显示,2016 年视频占总移动互联网流量的 64%,到了 2021 年视频占比将达到 78%。

王志勤表示,eMBB 场景的商业模式非常清晰,只要有好的业务,用户就会买单,因此全球各大电信运营商也会首先在该场景拓展。

探索移动物联网应用和业务模式

除了人与人的通信以外,5G 带来的最大变革将是万物互联,并成为数字化转型的使用器。2017 年是蜂窝物联网的发展元年,自 2013 年后,蜂窝物联网市场逐渐起步。到 2017 年,我国蜂窝物联网用户达到 2.7 亿,是 2016 年

的接近三倍。

每次无线网络技术迭代,人们都会寻找杀手级应用,对于 5G 的杀手级应用也众说纷纭。王志勤对第一财经等记者表示,移动通信设备是先行设备,“有点像过去建高速公路。先把路建上,至于上面跑什么车,路建好以后,车的丰富性自然就会多了。”而且,最终实现的结果和原先设定的目标也会有差异,“比如原来 3G 提到可视电话,但最终也没有真正火起来。”因此,业界一种观点认为,要先把路铺好,把 5G 的产品做好,网络建好。

虽然 3G 和 4G 带动了移动互联网,但 3G 更多是对移动互联网的培育,4G 才迎来移动互联网真正的爆发期,“大家有时候会觉得 5G 也是一个承上启下的技术,它一方面对 eMBB 可能再做进一步的丰富;对物联网则更多的是起到培育的作用。”但培育期有多长,发展速度有多快则存在很大不确定性,“实际 2020 年商用的这种 5G 网络,整个性能可能还是特别适合于 eMBB 这种场景”。对于低时延高可靠的应用,则仍需要一定的优化工作,这需要分步实施,到 2022 年网络性能可能更加好一些。”而 5G 真正的规模能有多大,是不是能够短时间内找到业务模式?她认为,目前很难下定论,需要到市场和使用阶段。(一财)

用户猛增 中国移动宽带低价效果显现

本报讯 近日,中国移动发布的业绩公告显示,2017 年全年营收和净利润双双增长,并呈现出无线上网业务收入占比增加、宽带业务猛增和新业务成效明显等特点。

收入结构改变

数据显示,中国移动 2017 财年全年净利润为 1143 亿元,同比增长 51%;营运收入为 7405 亿元,同比增长 45%,其中通信服务收入为 6684 亿元,增长 7.2%,高于行业平均水平,为近 6 年新高。值得注意的是,中国移动 2017 年收入结构发生根本性变化,无线上网业务收入占通信服务收入较年度首次超过一半。

随着互联网的发展,语音和短信的使用量逐年减少,上网数据增加。早在 2016 年,中国移动的流量收入已经超越语音、短信等传统业务,成为该公司最大收入来源。

宽带用户猛增

在用户方面,中国移动全年净增家庭宽带客户 3495 万,占新增市场的 75.6%,客户总数突破 1.09 亿。家庭数字化产品“魔百和”客户达 5725 万。家庭宽带综合 ARPU 达到 33.3 元,较上年增长 17.5%。

中国移动近两年在固网宽带上的发展有目共睹。2015 年 11 月,

中国移动宣布,以至多 3288 亿元人民币收购母公司中国移动通信集团全资拥有的中国铁通固网电信资产。在业内人士看来,中国移动此举是为了快速获得固网宽带核心资源,从而在固网宽带市场争得一席之地。

此外,通过移动业务补贴,中国移动还在全国推出了极为优惠的固网宽带资费套餐,与中国联通和中国电信打“价格战”。比如在固网业务资费高地北京,中国移动就推出了光宽带业务,价格不仅远低于中国联通,甚至比一些民营宽带还要低,非常具有竞争力。

新业务成效明显

此外,中国移动家庭市场和政企市场收入贡献加大,数字化服务收入实现良好增长。总连接规模达到 12.29 亿,其中移动连接 8.87 亿,有线宽带连接 1.13 亿,物联网智能连接 2.29 亿。在政企市场方面,政企客户总数达到 602 万,集团通信及信息化收入市场份额超 36%,年收入超亿元的行业应用达到 9 项,客户规模和收入份额实现双提升。

在新业务市场方面,拓展成效明显。物联网智能连接数净增 1.26 亿,规模达到 2.29 亿。和视频业务的收入增幅达到 67.2%,手机支付业务和包交易额超过 21 万亿元。(石飞月)